A teoria dos Jogos e a estética da experiência

Olá, Alunos! Bem-vindos a nossa disciplina de Teoria dos Jogos.

Muito bem pessoal! Vamos prosseguir com a nossa jornada rumo às implicações da tomada de decisão no âmbito das experiências lúdicas. Até então, observamos que o desenvolvimento de um jogo digital através da perspectiva da teoria dos jogos é uma dimensão multidimensional. Além disso, observamos que a curva de interesse através do pensamento abstrato de um jogo pode, de fato, evocar a experiência lúdica (o jogo como meio, não como a experiência).

Sendo assim, nesta aula, propor-se-á aqui uma discussão sobre a estética da experiência como um dos principais arcabouços do processo criativo no âmbito da indústria dos videogames.

Vamos lá?

A estética da experiência.

Antes de prosseguirmos, realize a leitura a seguir:

“A estética figura nos games como um elemento de suma importância, tão fundamental quanto a sua própria concepção e desenvolvimento. Caberá à estética adequar as propriedades da contextualização do jogo para que as expressões visuais e conceituais do game sejam congruentes. Es afinidade entre conceito e sua representação visual é algo vital para uma

boa aceitação por parte do público-alvo (jogadores), que não será bem atendido caso perceba disparidades entre essas esferas do game (ROCHA et. al, 2014, p. 2)".

Em seguida, analise novamente a figura a seguir:

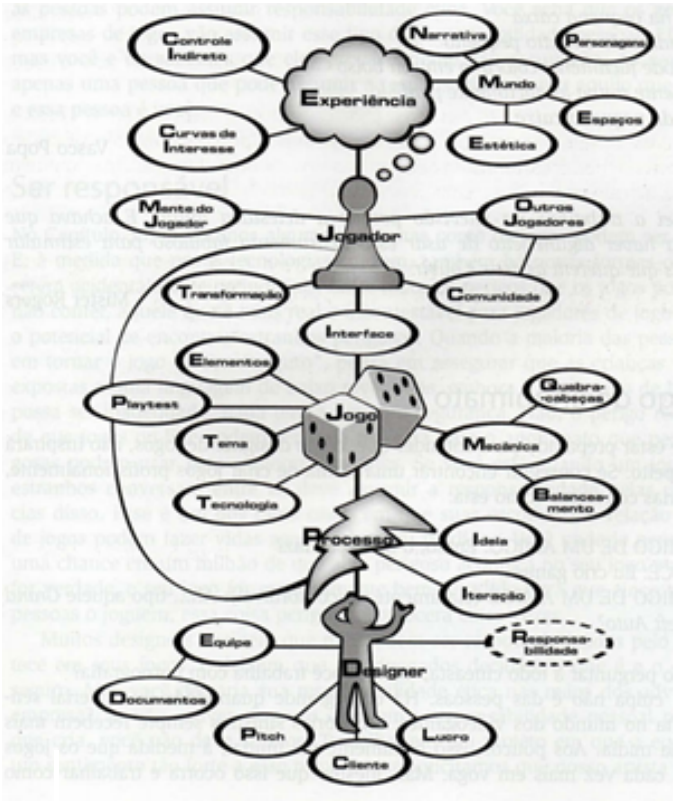

Figura 1. O equilíbrio pela perspectiva da obra "Arte de Game Design"

Um desenvolvedor de jogos, antes de tudo, deve ser um indivíduo capaz de compreender que a experiência lúdica através de um jogo é uma dimensão pluralista. Afinal, na verdade, um desenvolvedor deve criar um mundo totalmente novo e, mesmo assim, baseado na abstração da realidade (seja verossímil as experiências reais do jogador). Quando falamos em estética, não estamos nos referindo apenas a camada externa de um produto, mas a interseção entre o design e a usabilidade, entre o jogo e o jogador. Na perspectiva da teoria dos jogos, temos a estética através das regras do jogo.

Rocha et. al (2014, p. 2) comenta que o valor da estética no jogo pode ser separado em três dimensões principais:

- Estética sensorial: refere-se aos elementos sensoriais que o jogador interage no jogo (visual, auditivo, háptico, corporificado, e assim por diante);

- Game arte: refere-se a dimensão única dos jogos digitais, isto é, os aspectos que um jogo possui que não pode ser encontrado em outras formas de arte (por exemplo, a interatividade);

- Experiência estética: a dimensão subjetiva da interseção entre o jogo e o jogador, em que a interação através da racionalidade, motivação, prazer (seja no conflito ou na socialização) e no ato de jogar, fornece a forma de entender e vivenciar o lúdico no jogo.

Voltando às condições necessárias em relação a compor uma estética para promover a experiência lúdica em um jogo, o que se faz notório é que a estética está intimamente relacionada ao ato de jogar. Como assim? As experiências do sujeito são subjetivas, pois cada jogador possui uma motivação para o ato de jogar (uma atividade livre, em que o jogador escolhe jogar). Portanto, projetar uma estética equilibrada, com uma excelente curva de interesses e, ainda, levando em consideração o flow, não garante as condições necessárias para a efetivação da experiência lúdica.

Atividade extra

Leia a obra:

FIANI, R. **Teoria dos Jogos**: com aplicações em economia, administração e ciências sociais. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

Referência Bibliográfica

CÂMARA, Samuel Façanha. **Teoria dos jogos**. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração/UFSC, 2011, 92p.

FIANI, R. **Teoria dos Jogos**: com aplicações em economia, administração e ciências sociais. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

SATO, Adriana Kei Ohashi, 2008. **Design e Ressignificação do Imaginário no Jogo**. In: Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa & Desenvolvimento em Design P&D 8. São Paulo: AEND Brasil.

SCHELL, Jesse. **The Art of Game Design**: A book of lenses. Boca Raton – fl: CRC Press, 2008.

SCHMIDT, E.; COHEN, J. **A nova era digital**. 1. ed. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2013.

Ir para questão